

监理单位工作计划 空调工作计划(大全9篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。通过制定计划，我们可以更好地实现我们的目标，提高工作效率，使我们的生活更加有序和有意义。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

监理单位工作计划 空调工作计划篇一

1、年度销售目标600万元；

2、经销商网点50个；

3、公司在自控产品市场有一定知名度；

1、夏秋炎热，春冬寒冷；

2、近两年湖南房地产业发展迅速，特别是中高档商居楼、别墅群的兴建；

3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设；

4、长株潭的融城；

5、郴州、岳阳、常德等大量兴建工业园和开发区；

6、人们对自身生活要求的提高；综上所述，空调自控产品特别是高档空调自控产品在湖南的发展潜力很大。营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道发展迅速，已经呈现出多元发

展局面。

从各企业的销售渠道来看，大部分公司采用办事处加经销商的模式，国内空调自控产品企业20xx年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固，加强与设计院以及管理部门的公关合作。对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说，由于市场积累时间相对较短，而又急于快速打开市场，因此基本上都采用了办事处加经销制的渠道模式。为了快速对市场进行反应，凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力，发展趋势普遍看好，因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会，只要采用比较得当的市场策略，就可以挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。在销售过程中必须要非常清楚我公司的优势，并加以发挥使之达到极致；并要找出我公司的弱项并及时提出，加以克服实现最大的价值；提高服务水平和质量，将服务意识渗透到与客户交流的每个环节中，注重售前售中售后回访等各项服务。

2. 跻身一流的空调自控产品供应商；成为快速成长的成功品牌；
3. 以空调自控产品带动整个空调产品的销售和发展。
4. 市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，到年底使自身产品成为行业内知名品牌，取代省内同水平产品的一部分市场。

战略核心型市场---长沙，株洲，湘潭，岳阳

重点发展型市场---- 郴州，常德，张家界，怀化

培育型市场-----娄底，衡阳，邵阳

等待开发型市场——吉首，永州，益阳，

总的营销策略：全员营销与采用直销和渠道营销相给合的营销策略

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程, 大力发展重点区域和重点代理商，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能形成完整的解决方案并有成功的案例，由此带动全线产品的销售。大小互动：以空调自控产品的销售带动阀门及其他产品的销售，以阀门及其他产品的项目促进空调自控产品的销售。

3、价格策略：

高品质，高价格，高利润空间为原则；制订较现实的价格表：价格表分为两层，媒体公开报价，市场销售的最底价。制订较高的月返点和季返点政策，以控制营销体系。严格控制价格体系，确保一级分销商，二级分销商，项目工程商，最终用户之间的价格距离级利润空间。为了适应市场，价格政策又要有一定的能活性。

监理单位工作计划 空调工作计划篇二

市社根据市直机关工会的要求结合机关实际，认真学习党的十七届六中全会、十八大、市第四次党代会和市总工会三届八次全委会精神，认真研究，精心组织，坚持以^v^理论和^v^三个代表^v^重要思想武装工会干部和广大职工群众的头脑，努力把会议指示精神真正落到实处。特别要求领导

干部带头深入学习实践科学发展观，深刻领会，联系实际，讲求实效，充分发挥了领导干部的模范带头作用。

在学习方式上采取了集中学习、座谈讨论、专题讲座、等一系列形式，人人参与、人人争先，把学习引向深入。在学习的过程中，与全面贯彻《工会法》和《省实施办法》结合起来，深化自身改革，坚持依法治会；同时还将学习活动同市社的日常工作结合起来，坚持理论联系实际，注重落实，关注民生，着力解决群众、职工关心的热点、难点、重点问题，帮助困难职工奋发向上，为供销社事业科学发展起到了积极作用。

市社机关工会积极为职工搞好服务和协调，一直将增强工会的凝聚力、创造力和战斗力作为一项重要的工作来抓，力争抓出成效。

一是积极引导职工转变观念，树立继续教育、终身教育的思想，拓宽职工成才的渠道，提高职工学知识、学技术、学技能的积极性和主动性。充分发挥好机关工会的宣传教育职能，努力提高职工思想道德和科学文化素质。

二是积极开展访贫济困活动和送温暖活动，关心广大职工特别是困难职工的生活，为他们出谋划策，度过难关。如慰问生病住院职工，走访慰问困难职工。元旦、春节期间市供销社工会组织对直属企业困难职工家庭进行助学解困，切实使职工感受到工会组织的温暖。

三是调动广大职工的积极性，围绕中心、服务大局，围绕我市全面建小康、构建和谐的各项战略部署，引导好、保护好、发挥好职工群众的积极性和创造性，动员和组织他们为建设美好新服务。今年机关工会多次组织干部职工为对口扶贫村捐款捐物，开展生活、生产帮扶活动。

市供销社工会按照机关工委工会的要求，重视信息交流和汇

报制度，及时上报工作动态及经验做法，同时高度重视对职工的培训和工作能力提高，积极开展业务科室及各区县供销社的业务培训和交流。

市社机关工会始终把开展丰富多彩的文化活动作为工会工作的重要载体和增强工会活力的重要表现。市社机关开展了各种创建活动和丰富多彩的文化活动，不断提升工会的活力，在“三八”“五一”期间机关开展游戏娱乐等一系列有利于职工身心健康的活动。

8月，在我市持续高温天气时，为做好防暑降温工作，切实维护广大职工健康权益，工会创新形式、结合业务工作的开展，组织职工到xx、xx等地的庄稼医院、农村社区综合服务社实地调研、指导工作，并开展联欢。同时，工会积极改善办公环境，整修降温设备，切实保障职工权益。9月，在中秋、国庆来临直接，组织开展“我们的节日”，市供销社迎中秋、庆国庆座谈联欢会，庆祝国庆xx周年和中秋佳节的到来。10月，为喜迎十八大、文化惠民生，市供销社系统积极参加农业委口组织的“新农村颂”文艺演出，表演了大型歌舞《在希望的田野》上，整个表演做到了会前有组织、现场有秩序，气氛好、效果好，唱出了供销社职工对党、对祖国、对农业工作的热爱与忠诚。

各项有意义的活动，切实增强了职工的集体感和荣誉感，加深了相互间的联系和理解，融洽了干群关系，增强了工会的凝聚力和战斗力。进一步加强机关、系统的精神文明建设，从而促进了构建和谐机关建设。

20xx年6月，因机关工会委员工作变动，市供销社严格按照《工会法》和《中国工会章程》的有关规定，认真组织选举，并报市直属机关工会工作委员会审批，组成了新一届工会委员会。该届工会委员会班子组成后，接力前一届委员会的服务精神，充分发挥工会组织作用，促进机关工会的健康发展。

同时，市社经民主推荐和党委研究，推选了新的妇女工作领导小组组长，按照要求组织女职工参与“建功立业、素质提升、爱心帮扶”和“深化维护女职工权益行动”开展了关爱妇女儿童等有益于身心健康的活动。

市社机关工会根据《工会法》和中国工会章程严格执行各项财务管理制度，每月按时收取个人工会费，同时加强监督，确保全年无违反财经纪律的事件发生。市供销社机关工会将继续坚持以职工为本，坚持为职工维权益、谋利益，积极开展工作，尽力把机关职工关心的事办好办实，促进机关工会的健康发展，以推进“和谐机关”的建设。

监理单位工作计划 空调工作计划篇三

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及xx年度的产品线，公司xx年度销售目标完全有可能实现。xx年中国空调品牌约有400个，到xx年下降到140个左右，年均淘汰率32%。到xx年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。xx年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在xx年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在xx年度计划主抓六项工作：

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案（根据市场情况及各时间段的实际情况进行）此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况定期进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在xx年至xx年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置

根据公司的xx年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积

极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在xx年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

6、团队建设、团队管理、团队培训

团队工作分四个阶段进行

第一阶段：8月1日—8月30日

a□有的促销员进行重点排查，进行量化考核。清除部分能力底下的人员，重点保留在40人左右，进行重点培养。

b□制定相关的团队管理制度及权责分明明晰和工作范围明晰，完善促销员的工作报表。

c□完成格兰仕空调系统培训资料。

第二阶段 9月1号-xx年2月1日

第二阶段主要是对主力团队进行系统的强化培训，配合公司的品牌及产品的推广活动及策划系列品牌及产品宣传活动，并协作业务部门进行网点扩张，积极进行终端布置建设，并保持与原有终端的有效沟通，维护好终端关系。

监理单位工作计划 空调工作计划篇四

严格控制工程质量，创造桓盖线省样板、示范工程，摸索新工艺、新材料、改性高模量沥青混凝土的施工管理经验。

二、监理依据

1、监理的依据，主要是根据国家法律和有关技术经济法规；公路工程技术标准、规范、规程；合同服务期内国家和交通部新颁发的补充、修订的标准、规程、规范；由业主和承包人签订的施工合同文件及业主和监理单位签定的监理合同协议，监理单位和承包人在工程实施过程中有关的会议记录、函电及其它文字记录；业主下达的施工图纸等。

2、监理单位应严格执行监理合同协议所明确的各项任务，认真履行各项职权，严格按上述监理依据进行工作。

3、严格按“严格监理、热情服务、秉公办事、一丝不苟”的十六字方针，指导施工。

三、驻地办组织机构：

驻地主任：王颖一；桥涵监理：顾文华；路基路面监理：任晓东；拌和站监理：陈战；工程内业：郑然。

四、监理工作重点：

1、自检各个单项工程的开工条件，向驻地办提供自检资料；

4、按规定的抽样检测频率、时间、方法进行取样和试验；

7、对每项工程质量进行规定的分析整理，建立质量档案，交工验收时提供详实的施工资料。

8、审查承包人的工程进度计划(包括施工组织设计),提出书面建设报总监办审批。

9、检查承包人的进场材料

重要材料应通过业主预招标并由业主推荐。其它材料必须符合技术要求,不合格材料不得进场。

10、审查承包人的施工机械设备

(1)进场机械设备(包括计划进场的机械设备)的数量、型号、规格、产地、功率、出厂日期、完好率与投标书所填列的是否符合。

(2)各种施工机械设备的进场及周转计划与工程进度计划的适应性。

(3)各种施工机械设备的配套与满足施工技术要求的适应性。

(4)数量不足或不配套的施工机械设备,应限期要求承包人补足进场;审验不合格的施工机械设备,应限期撤离工地;承包人要求替代或更换机械设备,应事先得到监理工程师的同意。

五、质量控制的基本步骤

1、工程开工报告:工程开工报告应表明材料、设备、劳力及现场管理人员等项的准备情况,并提供放线测量、标准试验、施工图及施工方案等必要的基础资料。

2、工程自检报告:承包人的自检人员按照驻地办批准的工艺流程和提出的工序检查程序,在每道工序(工艺)完工后先进行自检。自检合格后,申报驻地办进行检查验收。

3、工序检查认可:驻地办紧接承包人的自检或与承包人的自检同时进行每道工序(工艺)完工后的检查验收,对不合格的

工序(工艺)指示承包人进行缺陷修补或返工，前道工序未经检查验收，后道工序不得进行。

4、中间交工报告：当组成一个工程的单位工程、分部或分项工程完工后，承包人的自检人员应再进行一次系统的自检，汇总各道工序的检查记录及测量和抽样试验的结果提出交工报告。由驻地办组织验收。自检资料不全的交工报告，拒绝验收。

5、中间交工证书：对完工的分项工程进行一次系统的检查验收，驻地办作测量或抽样试验，检查合格后，驻地办签《中间交工证书》。未经中间交工检验和检验不合格的分项工程，不得交付下项工程使用或进行下项工程项目的施工。

监理单位工作计划 空调工作计划篇五

1、检查空调怎样保养器电源的线、配管隔热套、捆扎带是否有破损、松脱等现象。

2、检查电源插头、插座有无漏电情况，当然有的空调如国产品牌的华凌空调就具有保护电路的功能，可以防止意外事故，即使这样也还是要经常检查电路，以确保安全。

3、检查冷凝器、蒸发器是否需要清洗，如有较多尘埃附着可能影响热交换效果。4检查室外机的吸气口及吹气口有无障碍物遮挡，否则不仅会妨碍放热，还会使压缩机承受过大负荷而缩短寿命。

6、清洗时的水温不要高于40摄氏度，且不能用汽油等腐蚀性较强的溶剂清洗。

8、不要将棍棒之类的异物插入空调的相关知识器送风口及回风口，以免碰伤损坏机件。

9、热交换器(蒸发器械和冷凝器)一般使用两年最好保养一次,可用非易燃易爆及非腐蚀性气体吹除热交换器上的积尘。

10、使用空调保养维修常识器时,不要过分降低室内温度,通常调控温差为2摄氏度至3摄氏度,但若使用具有先进仿智逻辑控制系统的空调,这个温差就不存在,设定温度时按正常感觉即可,既节省电力又方便舒适。

11、定期检查排水管,避免因堵塞或折曲而弄湿环境。(没事的时候可以看看)

注意事项

检查的时候要注意安全措施,避免触电。

监理单位工作计划 空调工作计划篇六

工作计划网发布2019年空调市场营销年度工作计划,更多2019年空调市场营销年度工作计划相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

以下是工作计划网为大家整理的关于2019年空调市场营销年度工作计划的文章,希望大家能够喜欢!

一、计划概要

- 1、年度销售目标600万元;
- 2、经销商网点50个;
- 3、公司在自控产品市场有一定知名度;

二、营销状况

空调自控产品属于中央空调等行业配套产品，受上游产品消费市场牵制，但需求总量还是比较可观。随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。湖南地处中国的中部，空调自控产品需求量比较大：1、夏秋炎热，春冬寒冷；2、近两年湖南房地产业发展迅速，特别是中高档商居楼、别墅群的兴建；3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设；4、长株潭的融城；5、郴州、岳阳、常德等大量兴建工业园和开发区；6、人们对自身生活要求的提高；综上所述，空调自控产品特别是高档空调自控产品在湖南的发展潜力很大。

营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道发展迅速，已经呈现出多元发展局面。

从各企业的销售渠道来看，大部分公司采用办事处加经销商的模式，国内空调自控产品企业2007年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固，加强与设计院以及管理部门的公关合作。对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说，由于市场积累时间相对较短，而又急于快速打开市场，因此基本上都采用了办事处加经销制的渠道模式。为了快速对市场进行反应，凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力，发展趋势普遍看好，因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会，只要采用比较得当的市场策略，就可以挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。在销售过程中必须要非常清楚我公司的优势，并加以发挥使之达到极致；并要找出我公司的弱项并及时提出，加以克服实现的价值；提高服务水平和质量，将服务意识渗透到与客户交流的每个环节中，注重售前售中售后回访等各项服务。

三、营销目标

2. 跻身一流的空调自控产品供应商;成为快速成长的成功品牌;
3. 以空调自控产品带动整个空调产品的销售和发展。
4. 市场销售近期目标: 在很短的时间内使营销业绩快速成长, 到年底使自身产品成为行业内知名品牌, 取代省内同水平产品的一部分市场。

四、营销策略

监理单位工作计划 空调工作计划篇七

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为2.8%左右,但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段,品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及xx年度的产品线,公司xx年度销售目标完全有可能实现. 2017年中国空调品牌约有400个,到2017年下降到140个左右,年均淘汰率32%.到2017年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下,中国空调市场活跃的品牌不足50个,淘汰率达60%。2017年度lg受到美国指责倾销;科龙遇到财务问题,市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响,市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在2017年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响,市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱,团队还比较年轻,品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

根据以上情况在2017年度计划主抓六项工作:

根据公司下达的年销任务,月销售任务。根据市场具体情况

进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司xx年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况定期进行定期拜访，进行有效沟通。

品牌及产品推广在2017年至2017年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

根据公司的2017年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，(根据公司的展台布置六个氛围的要求进行)。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。

2017年企业法律顾问工作计划模板

监理单位工作计划 空调工作计划篇八

先德后才，这是做人做事的基本前提，政治思想上，严格要求自己，服从组织安排，认真执行组织决议，积极参加单位组织的各项活动，虚心学习，注意在实践中改正自己的缺点，弥补自身弱点。我坚持认真学习马列主义、毛泽东思想和邓小平理论和“三个代表”重要思想和科学发展观等的学习，不断提高自己，充实自己，构筑个人正确的世界观、人生观和价值观，廉洁自律，自觉远离社会各种不良现象与活动。学习党的路线、方针、政策及决议，坚持实事求是，不断提高自己的政治思想觉悟与水平，在工作中坚决拥护党的利益，每天都密切关注国内、国外的重大新闻和事件，关心和学习国家时事政治，把党的政治思想和方针应用于工程建设中。

在项目一线工作中，我负责公司与项目的管理和技术工作。能把学习的理论知识和实际操作充分结合，在水电施工、中央空调的安装维护调试运行、以及暖通、消防工程的检查验收工作中，严格按照规范、设计要求顺利投入使用。我通过工作以来不断的接触与之相关的很多技术问题，以及新设备的安装与应用，每当遇到问题，我都习惯性通过自己思考钻研，再查阅相关资料，或是想现场有经验的工程师们虚心请教，直到解决问题为止，同时加强多土建装饰装修、结构的学习，保证设备顺利安装运行的前提是与建筑结构相协调。我从暖通工作的技术的起步的阶段，不断加强专业知识学习，经过多年的历练，已经成长为暖通工程技术骨干。

近几年，我积极参与电气系统的设计、调试、安装、运行工作，在安装调试过程中，及时发现原先设计中的不足之处，安装中严格要求必须标准化，对线路布路不规范的地方提出整改要求，积极参与主电机的性能检测，严格检测电机的温度、振动等各项参数，对沿途的跑偏开关、急停开关严格验收，保证皮带机的安装质量，经试运行，电气部分运行效果良好；在工作中，对供电系统优化，及时发现存在的供电隐患，同时负责设备电气维护工作，在维护工作中，想办法添措施，

解决了众多技术难题，为电气设备安全长期运行及正常生产打下了良好的基础。

随着科技水平的不断发展，感觉自己的专业水平与日新月异的科技发展出现很大的差距，因此，平时在做好本职工作的同时，我积极学习先进的plc编程技术，了解电气技术的发展，不断学习新的电气技术，了解新的电气设备材料并应用到日常工作中。作为工程技术人员，必须要熟练掌握计算机办公软件，通过自学能熟练使用办公[autocad制图等软件。我深知，只有不断学习，才能跟上时代对工程技术人员的专业素质要求，只有通过学习、总结才能不断提高自己的专业水平，才能为企业的发展壮大发挥作用和做出贡献。

总之，在工作上，我严格以一名工程技术人员的标准与规范要求自已，以认真严谨的态度和作风做好每一项工作任务。为企业的发展壮大作出自己应有的贡献。

以上是我xx年来从事暖通工作的总结，从中虽然我取得了一些小小的成绩但在以后的工作中，我会更加的努力，不断提高自身综合素质和专业技术水平，更好的为建筑市场服务。认真做好本职工作，我会努力成为一名优秀的暖通工程师。

监理单位工作计划 空调工作计划篇九

1、销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务，销售工作计划《年度销售工作计划》。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统

实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在至15年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“格兰仕空调健康、环保、爱我家”等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

4、终端布置(配合业务条线的渠道拓展)

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在15年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

一、市场的开发：

创新求实、开拓国内市场。根据去年的基础，上海公司对国

内市场有了更深的了解。产品需要市场，市场更需要适合的产品(包括产品的品质、外型和相称的包装)。因此，上海公司针对国内市场的特点，专门请人给公司作销售形象设计，提高盛天公司在中国市场的统一形象。配合优质的产品，为今后更有力地提高盛天公司在中国的知名度铺好了稳定的基础。